

Prosiding Seminar Nasional “Revolusi Mental Melalui Pendidikan Seni” Fakultas Seni dan Desain UNM, ISBN: 978-602-06883-04-9 Halaman (141-150)
Ball Room Menara Phinisi UNM Lt. 2. Desember 2015

KARAKTERISTIK TIPOGRAFI PADA DESAIN IKLAN KOMERSIAL MAJALAH MAKASSAR TERKINI EDISI JANUARI – DESEMBER 2014

Irfan dan Nurabdiansyah

Fakultas Seni dan Desain Universitas Negeri Makassar

irfankadir@yahoo.co.id

Fakultas Seni dan Desain Universitas Negeri Makassar

nurabdiansyah@gmail.com

ABSTRACT

This research aim to know type of tipogarfi any kind of most often and most used at commercial advertisement in Magazine Makassar Terkini, thereby can be found typography characteristic becoming tendency at commercial advertisement design magazine of Makassar Terkini. Result of research show usage highest of type sans serif in May reach 87% while lowest June edition only 45%, usage most lower seems not yet can reach by usage of type of dekoratif or of serif highest in so many edition. Total poin usage of sans serif is 674, representing highest of usage of letter type of anything, even if all collected other letter type poin not yet can compete with to the number of poin exploiting of type of sans serif. Of height of poin and percentage of usage of letter type of sans serif at 10 magazine edition of Makassar Terkini year 2014, hence can be concluded that typography characteristic design commercial advertisement magazine of Makassar Terkini year 2014 is sans serif or letter which do not use barb at the end of its letter. this Typography type have storey; level of legibility better clarity function and of other typography type.

Keywords: *Typographi, Design, Advertisement, Magazine*

I. Pendahuluan

Tipografi sebagai salah satu unsur dari desain grafis merupakan penyempurnaan dari berbagai simbol yang pada awalnya berfungsi sebagai alat komunikasi pada berbagai zaman sejak sebelum Masehi hingga zaman modern. Perkembangan bentuk simbol menjadi huruf yang lebih sempurna dengan beragam jenis dan karakteristik hingga saat ini semakin rumit dan kompleks, namun demikian pemanfaatan huruf dalam berbagai desain komunikasi visual senantiasa memperhatikan aspek fungsionalitas dari huruf sebagai penyampai pesan dan aspek estetika huruf agar dapat menarik untuk dipandang dan dibaca.

Dalam berbagai iklan komersial, baik dimedia elektronik maupun media cetak senantiasa menjadikan huruf sebagai salah satu elemen visual yang estetik disamping fungsinya sebagai penyampai pesan. Iklan rokok Sampoerna Mild selalu menggunakan rekayasa tipografi yang khas dan berkarakter untuk menyampaikan pesan-pesannya yang abstrak dan imajinatif. Tidak sedikit juga iklan di media cetak menggunakan tipografi sebagai kekuatan visual untuk menambah daya tarik estetik dari iklannya. Bahkan logo dari sebagian besar media kebanyakan menggunakan kekuatan tipografi sebagai symbol yang menjadi identitas visual dari perusahaannya. Tipografi yang distilasi

sedemikian rupa kemudian memberikan karakteristik tersendiri bagi perusahaan pemilik logo tersebut.

Iklan komersial di media cetak akan selalu menggunakan huruf sebagai instrument penyampai pesan. Oleh sebab itu, huruf akan selalu hadir dalam iklan komersial media cetak seperti majalah dalam berbagai wujudnya, berbagai jenis, berbagai karakteristik, berbagai ukuran, berbagai fungsi, dan berbagai layoutnya. Huruf akan hadir sebagai tagline, judul,

Kepekaan seorang desainer iklan dalam menentukan dan memilih jenis huruf untuk desainnya merupakan aspek penting yang perlu ditelusuri proses kreatifnya. Selain itu respon klien pengguna iklan terhadap desain iklannya dan jenis tipografi yang digunakan seperti apa, apakah dapat mempengaruhi jenis tipografi yang telah dipilih oleh desainernya. Dalam konteks ini, siapakah sebenarnya yang paling dominan berpengaruh dalam penentuan dan pemilihan jenis huruf dalam sebuah desain iklan komersial di majalah? Apakah desainer? Ataukah justru para klien yang memesan iklan?. Untuk mengetahui hal tersebut maka perlu pula dilakukan penelusuran terhadap desainer, dan *account eksekutif* yang selalu berkomunikasi dengan para klien.

Majalah Makassar Terkini merupakan majalah yang terbit setiap bulan dengan pembaca secara khusus di Kota Makassar, dan secara umum di seluruh Indonesia. Majalah tersebut yang terbit sejak tahun 2003 sampai tahun 2015 telah banyak menjadi pilihan para pengusaha dan perusahaan yang berdomisili di Kota Makassar untuk beriklan. Makassar Terkini merupakan majalah bulanan komunitas dalam bahasa Indonesia untuk wilayah Makassar. Tujuan penerbitan majalah ini adalah sebagai media komunikasi dan informasi antar warga di Makassar. Majalah Makassar Terkini adalah satu-satunya majalah komunitas di Kota Makassar yang menjangkau komunitas

slogan, headline, subheadline, maupun bodycopy dari sebuah iklan, bahkan bisa jadi huruf menjadi visual utama dalam sebuah iklan komersial di media cetak. Untuk melihat secara lebih jelas bagaimana keragaman karakteristik dan pemanfaatan tipografi pada iklan media cetak, maka diperlukan penelitian yang lengkap dengan melihat berbagai edisi terbitan agar dapat direduksi dalam satu karakteristik yang khas pada satu periode tertentu.

kaum terpelajar dan memiliki tingkat kesejahteraan hidup yang baik.

Positioningnya adalah Majalah komunitas Kawasan Makassar, dengan differensiasi 1) Pelopor dan market leader majalah komunitas, di kawasan Makassar 2) Dikelola secara profesional, dengan fokus pada kualitas, 3) Majalah dengan jumlah oplah terbesar dikawasan Makassar. Hasil Survey Pembaca menunjukkan 44% dibaca oleh Wanita, dan 56% Pria. Kelompok Usia, 15% < 25 Tahun, 35% 25-29 Tahun, 33% < 30-34 Tahun, 17% > 40 Tahun. Tingkat Ekonomi, 33% Kelompok A, 60% Kelompok B, 7% Kelompok C. Area Distribusi, 97% Makassar, 1% Surabaya, 1% Bali, 1% Jakarta. Pekerjaan pembaca adalah: 34% Karyawan/Profesional, 31% Pengusaha, 24% Ibu Rumah Tangga, 7% Mahasiswa/Pelajar, 4% Lainnya. Wilayah distribusi Transportasi, Asuransi, Elektronik & Komputer, Fashion, Finance, Food & Drink, Hotel, Jasa, Kesehatan & Kecantikan, Komunikasi, Media, Otomotif, Pendidikan, Perlengkapan Rumah Tangga, Property, Kantor Pemerintahan

Desain-desain iklan pada berbagai halamannya bahkan covernya senantiasa diwarnai dengan beragam jenis tipografi, baik serif, sans serif, maupun dekoratif sebagai penyampai pesan dan sebagai daya tarik visual. Konsistensi Majalah Makassar terkini dalam dunia periklanan terlihat pada kesinambungan terbit dari majalah ini

yang sering menghadirkan desain iklan dengan jenis tipografi tertentu. Berbagai jenis huruf yang digunakan merupakan bagian dari ilmu tipografi terapan dalam dunia iklan cetak yang penting untuk dikaji lebih jelas, agar dapat dipelajari sebagai masukan dalam materi pembelajaran yang terkait tipografi di bangku kuliah.

Dari berbagai pengalaman mengajarkan mata kuliah di Program Studi Desain Komunikasi Visual dengan mata kuliah Tipografi I, Tipografi II, dan Penulisan Naskah Iklan maupun di Program Studi Pendidikan Seni Rupa dengan mata kuliah Diskomvis I maupun Diskomvis II, maka sangat penting memahami karakteristik tipografi, berbagai jenis tipografi, serta fungsi dan estetika tipografi dalam karya-karya desain grafis. Hampir seluruh karya desain grafis menggunakan tipografi sebagai salah satu unsur desain yang penting, sebab disamping sebagai teks yang menyampaikan pesan, juga dapat memberikan daya tarik estetika bagi seluruh khalayak pengguna. Oleh sebab itu, memahami karakteristik tipografi yang telah diterapkan dalam berbagai media grafis seperti desain iklan pada majalah dapat lebih memperkaya sumber-sumber pengetahuan tentang tipografi terapan dalam dunia desain komunikasi visual.

Dengan demikian, penelitian tentang karakteristik tipografi pada desain iklan di majalah Makassar Terkini diharapkan dapat menjadi inspirasi berharga bagi para pengajar desain komunikasi visual serta seluruh mahasiswa desain komunikasi visual dalam memahami, mengkaji, dan mengaplikasikan ilmu tipografi dalam berbagai rancangan grafisnya, baik dalam bentuk poster, iklan, kemasan, x-banner, dan berbagai media promosi lainnya.

Tipografi merupakan ilmu yang mempelajari tentang huruf, sedangkan

huruf merupakan butir-butir yang membentuk untaian kata. Unsur kata-kata dalam layout, judul, artikel, caption, logo, dan sebagainya memiliki peranan penting untuk mengkomunikasikan suatu pesan kepada masyarakat konsumen sehingga konsumen mudah menangkap, membaca, dan memahami kata-kata yang telah terusun. Oleh karena itu suatu tulisan harus disusun secara menarik agar dapat menyampaikan pesan secara efektif. Keberhasilan susunan kata-kata untuk berkomunikasi ditentukan oleh isi dan penampilan yaitu bagaimana ukuran, serta cara mendesain huruf dan judul agar dapat menunjukkan kepada pembaca mana pesan yang paling penting dan mana yang harus dibaca terlebih dahulu (Kusmiati, dkk, 1999:16).

Secara umum, dari berbagai jenis huruf yang ada, dapat dibagi menjadi empat bagian besar yaitu jenis huruf :

1. Jenis huruf *Sans-serifs*. Jenis huruf sans-serifs ialah jenis huruf yang tidak memiliki serifs pada ujung-ujung kaki huruf tersebut, seperti pada jenis huruf Arial, Helvetica, Avant Garde, Futura, Impact, dan sebagainya.
2. Jenis huruf *Serifs* ialah jenis huruf yang memiliki serif atau ujung-ujung kaki huruf ialah seperti Times New Roman, Garramond, Bookman Old Style, dan sebagainya. Namun yang perlu diperhatikan pada penggunaan huruf jenis serifs, hendaknya tidak terlalu kecil, karena keterbatasan resolusi layar monitor, yang akan mengakibatkan tidak sempurnanya hasil yang ditampilkan serta kemudahan untuk membacanya (*legibility*).
3. Jenis huruf Dekoratif
4. Jenis huruf *Script* yaitu jenis huruf seperti tulisan tangan.

Tipografi merupakan seni memilih dan menata huruf pada ruang

untuk menciptakan kesan khusus, sehingga pembaca dapat membaca semaksimal mungkin. Perkembangan tipografi dari cara manual dengan tangan (*hand drawing*) hingga menggunakan komputer (*digital*). Dengan komputer, penggunaan tipografi menjadi lebih mudah dan lebih cepat dengan pilihan huruf yang variatif, meski demikian, dalam pemilihan huruf/font, harus diperhatikan karakter produk yang akan ditonjolkan dan juga karakter segmen pasarnya (Hendratman, 2008:24).

Menurut Kusmiati, dkk (1999:32), beberapa petunjuk bila kita akan mendesain huruf untuk iklan atau display adalah :

1. Ingat ada display/iklan yang hanya tampak bagus bila berukuran besar, seperti balon. Sebaliknya poster yang menggunakan huruf bodoni akan tetap tampak bagus bila dibuat dalam ukuran besar maupun kecil.
2. Desain huruf untuk iklan bisa juga mengambil bentuk huruf yang dipakai untuk menulis artikel seperti tipe Times New Roman dan Garamond, tapi tidak semuanya bisa, antara lain tipe Palatino.
3. Apabila membuat judul untuk iklan ruang yang luas dan kosong, sebaiknya ditebalkan atau dibuat agar wajah huruf lebih kontras, sehingga mudah dibaca.
4. Hindari menyusun blok kata yang berkepanjangan dan membiarkan ruang-ruang yang luas pada iklan,

karena akan terputus dan sulit dibaca

5. Jika kalimat bodycopy lebih dari satu baris, maka spasi antar baris dijaga agar tetap sama
6. Kombinasi antara huruf besar dan kecil lebih mudah dibaca, daripada jika sama besar semua
7. Sebaiknya tidak membuat huruf lebar dan tebal, karena akan tampak canggung bila setiap huruf dibuat tebal.

Tujuan penelitian adalah mengidentifikasi dan menjelaskan jenis-jenis tipografi yang digunakan pada desain iklan komersial di Majalah Makassar Terkini edisi Januari – Desember 2014, selain itu, tujuan lainnya adalah mengidentifikasi dan menemukan karakteristik tipografi pada desain iklan komersial di majalah Makassar Terkini edisi Januari – Desember 2014. Manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah; sebagai bahan masukan bagi setiap dosen dan mahasiswa dalam menggunakan tipografi dalam berbagai karya-karya grafis khususnya media cetak, meningkatkan pemahaman mahasiswa tentang ilmu dan karakteristik tipografi serta dapat mengaplikasikan ilmu tersebut dalam pembuatan tugas-tugas kuliah dan tugas akhirnya, sebagai salah satu sumber informasi untuk memperkaya berbagai materi ajar pada mata kuliah Tipografi I, Tipografi II, Penulisan naskah iklan, dan periklanan yang menjadi bagian dari kurikulum Desain Komunikasi Visual.

II. Hasil dan Pembahasan

Penelitian dilakukan dengan melihat dan mendeskripsikan berbagai jenis dan karakteristik tipografi yang digunakan sebagai penyampai pesan atau media komunikasi pada desain iklan komersial yang dimuat pada majalah Makassar Terkini yang diterbitkan antara bulan Januari sampai

bulan Desember 2014. Terdapat 12 edisi majalah sesuai bulan terbit dan setiap terbitan akan memilih masing-masing empat halaman desain iklan komersial dengan berbagai perusahaan berbeda yang ada di Kota Makassar. Pada Setiap edisi akan diambil minimal satu halaman cover sebagai halaman pilihan untuk

desain iklan, hal tersebut dengan pertimbangan halaman cover memiliki biaya tertinggi dalam beriklan serta halaman ini merupakan halaman paling depan yang pertama terlihat oleh pembaca.

Karakteristik desain tipografi akan ditelaah dari aspek jenis tipografi yang digunakan, apakah jenis *serif*, *sans serif*, *dekoratif*, atau jenis huruf *script*. Selain itu, karakteristik juga akan menelaah posisi dan ukuran huruf apakah dibold, menggunakan shadow atau emboss, atau huruf dalam posisi *italic*. Setiap halaman iklan kemungkinan menggunakan beberapa jenis huruf yang berbeda, baik dari segi jenis, ukuran, ketebalan, dan warna sehingga memungkinkan munculnya penafsiran yang beragam. Oleh sebab itu, dengan menggunakan pendekatan jenis huruf akan lebih memudahkan dalam mengklasifikasi jenis huruf yang ada. Menurut Graphic Desain Majalah Makassar Terkini Edwin Jarfy (41) beberapa desain iklan majalah hurufnya dipilih oleh klien, namun jumlahnya sangat terbatas, biasanya klien hanya memilih secara lebih dominan pada aspek visual gambar dengan layout sedangkan untuk jenis tipografi dipilihkan oleh desainer kemudian disetujui oleh klien.

Total penggunaan jenis huruf pada desain iklan majalah Makassar Terkini edisi Februari adalah serif 30, sans serif 310, script 20 dan dekoratif sebanyak 20. Prosentase penggunaan jenis huruf edisi Februari adalah 82 % menggunakan sans serif atau tanpa kait, 8% menggunakan jenis serif atau berkait, 5 % menggunakan dekoratif dan script 5%. Penggunaan huruf dominan menggunakan jenis sans serif. Melihat dominasi penggunaan huruf pada sans serif sebanyak 310 dengan prosentase 82% maka secara khusus karakteristik tipografi desain iklan komersial Majalah Makassar Terkini pada bulan Februari adalah sans serif

atau cenderung menggunakan huruf-huruf tanpa kait. Walaupun karakteristik tipografi cenderung menggunakan jenis huruf sans serif, namun tingkat keragaman cukup variatif sebab masih menggunakan jenis serif, script dan dekoratif walupun dengan intensitas yang sangat rendah.

Total penggunaan jenis huruf pada desain iklan majalah Makassar Terkini edisi Maret adalah serif 80, sans serif 300, dan dekoratif sebanyak 20. Prosentase penggunaan jenis huruf edisi Maret adalah 75 % menggunakan sans serif atau tanpa kait, 20% menggunakan jenis serif atau berkait, 5 % menggunakan dekoratif. Penggunaan huruf dominan menggunakan jenis sans serif. Melihat dominasi penggunaan huruf pada sans serif sebanyak 300 dengan prosentase 75% maka secara khusus karakteristik tipografi desain iklan komersial Majalah Makassar Terkini pada bulan Maret adalah sans serif atau cenderung menggunakan huruf-huruf tanpa kait. Walaupun karakteristik tipografi cenderung menggunakan jenis huruf sans serif, namun tingkat keragaman cukup variatif sebab menggunakan jenis serif dan dekoratif.

Total penggunaan jenis huruf pada desain iklan majalah Makassar Terkini edisi Mei adalah serif 30, sans serif 350, script 10 dan dekoratif sebanyak 10. Prosentase penggunaan jenis huruf edisi Mei adalah 87 % menggunakan sans serif atau tanpa kait, 7% menggunakan jenis serif atau berkait, 3 % menggunakan dekoratif dan script 3%. Penggunaan huruf dominan menggunakan jenis sans serif. Melihat dominasi penggunaan huruf pada sans serif sebanyak 350 dengan prosentase 87% maka secara khusus karakteristik tipografi desain iklan komersial Majalah Makassar Terkini pada bulan Mei adalah sans serif atau cenderung menggunakan huruf-huruf tanpa kait. Walaupun karakteristik

tipografi cenderung menggunakan jenis huruf sans serif, namun tingkat keragaman cukup variatif sebab masih menggunakan jenis serif, script dan dekoratif walaupun dengan intensitas yang sangat sedikit.

Total penggunaan jenis huruf pada desain iklan majalah Makassar Terkini edisi Juni adalah serif 80, sans serif 180, script 60 dan dekoratif sebanyak 80. Prosentase penggunaan jenis huruf edisi Juni adalah 45 % menggunakan sans serif atau tanpa kait, 20% menggunakan jenis serif atau berkait, 20 % menggunakan dekoratif dan script 15%. Penggunaan huruf dominan menggunakan jenis sans serif. Melihat dominasi penggunaan huruf pada sans serif sebanyak 180 dengan prosentase 45% maka secara khusus karakteristik tipografi desain iklan komersial Majalah Makassar Terkini pada bulan Juni adalah sans serif atau cenderung menggunakan huruf-huruf tanpa kait. Walaupun karakteristik tipografi cenderung menggunakan jenis huruf sans serif, namun tingkat keragaman sangat variatif sebab 55% menggunakan jenis serif, script dan dekoratif.

Total penggunaan jenis huruf pada desain iklan majalah Makassar Terkini edisi Juli adalah serif 50, sans serif 220, dan dekoratif sebanyak 155. Prosentase penggunaan jenis huruf edisi Juli adalah 55 % menggunakan sans serif atau tanpa kait, 14% menggunakan jenis serif atau berkait, 31 % menggunakan dekoratif. Penggunaan huruf dominan menggunakan jenis sans serif. Melihat dominasi penggunaan huruf pada sans serif sebanyak 220 dengan prosentase 55% maka secara khusus karakteristik tipografi desain iklan komersial Majalah Makassar Terkini pada bulan Juli adalah sans serif atau cenderung menggunakan huruf-huruf tanpa kait. Walaupun karakteristik tipografi cenderung menggunakan jenis huruf sans serif, namun tingkat

keragaman cukup variatif sebab 45% menggunakan jenis serif dan dekoratif.

Total penggunaan jenis huruf pada desain iklan majalah Makassar Terkini edisi Agustus adalah serif 30, sans serif 270, dekoratif sebanyak 80, dan script 20. Prosentase penggunaan jenis huruf edisi September adalah 68 % menggunakan sans serif atau tanpa kait, 7% menggunakan jenis serif atau berkait, 20 % menggunakan dekoratif, dan 5% menggunakan script. Penggunaan huruf dominan menggunakan jenis sans serif. Melihat dominasi penggunaan huruf pada sans serif sebanyak 270 dengan prosentase 68% maka secara khusus karakteristik tipografi desain iklan komersial Majalah Makassar Terkini pada bulan Agustus adalah sans serif atau cenderung menggunakan huruf-huruf tanpa kait. Walaupun karakteristik tipografi cenderung menggunakan jenis huruf sans serif, namun tingkat keragaman cukup variatif sebab seluruh jenis huruf digunakan.

Total penggunaan jenis huruf pada desain iklan majalah Makassar Terkini edisi September adalah serif 50, sans serif 340, dan dekoratif sebanyak 10. Prosentase penggunaan jenis huruf edisi September adalah 85 % menggunakan sans serif atau tanpa kait, 12% menggunakan jenis serif atau berkait, dan 3 % menggunakan dekoratif. Penggunaan huruf dominan menggunakan jenis sans serif. Melihat dominasi penggunaan huruf pada sans serif sebanyak 340 dengan prosentase 85% maka secara khusus karakteristik tipografi desain iklan komersial Majalah Makassar Terkini pada bulan Oktober adalah sans serif atau cenderung menggunakan huruf-huruf tanpa kait. Intensitas penggunaan sans serif termasuk paling banyak dan dominan dibandingkan dengan bulan-bulan lainnya dalam setahun terbitan

Total penggunaan jenis huruf pada desain iklan majalah Makassar

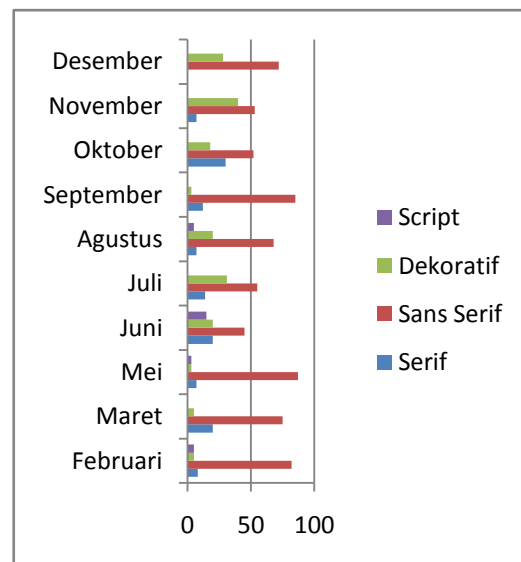
Terkini edisi Oktober adalah serif 120, sans serif 210, dan dekoratif sebanyak 70. Prosentase penggunaan jenis huruf edisi oktober adalah 52 % menggunakan sans serif atau tanpa kait, 30% menggunakan jenis serif atau berkait, dan 18 % menggunakan dekoratif. Penggunaan huruf dominan menggunakan jenis sans serif. Melihat dominasi penggunaan huruf pada sans serif sebanyak 210 dengan prosentase 52% maka secara khusus karakteristik tipografi desain iklan komersial Majalah Makassar Terkini pada bulan Oktober adalah sans serif atau cenderung menggunakan huruf-huruf tanpa kait. Penggunaan huruf selain sans serif juga termasuk hampir mengimbangi yaitu deoratif dan serif sebanyak 48%.

Total penggunaan jenis huruf pada desain iklan majalah Makassar Terkini edisi November adalah serif 30, sans serif 210, dan dekoratif sebanyak 160. Prosentase penggunaan jenis huruf edisi November adalah 53 % menggunakan sans serif atau tanpa kait, hanya 7% menggunakan jenis serif atau berkait, dan 40 % menggunakan dekoratif. Penggunaan huruf dominan menggunakan jenis sans serif. Melihat dominasi penggunaan huruf pada sans serif sebanyak 210 dengan prosentase 53% maka secara khusus karakteristik tipografi desain iklan komersial Majalah Makassar Terkini pada bulan November adalah sans serif atau cenderung menggunakan huruf-huruf tanpa kait. Penggunaan huruf selain sans serif juga termasuk hampir mengimbangi yaitu deoratif sebesar 40 %.

Total penggunaan jenis huruf pada desain iklan majalah Makassar Terkini edisi Desember adalah, sans serif 290, dan dekoratif sebanyak 110. Prosentase penggunaan jenis huruf edisi Desember adalah 72 % menggunakan sans serif atau tanpa kait, dan 28% menggunakan jenis dekoratif. Penggunaan huruf dominan menggunakan jenis sans serif. Melihat

dominasi penggunaan huruf pada sans serif sebanyak 290 dengan prosentase 72% maka secara khusus karakteristik tipografi desain iklan komersial Majalah Makassar Terkini pada bulan Desember adalah sans serif atau cenderung menggunakan huruf-huruf tanpa kait. Penggunaan huruf selain sans serif hanya menggunakan jenis dekoratif sebesar 28%.

Untuk melihat prosentase bobot penggunaan jenis huruf pada majalah Makassar Terkini secara keseluruhan per-edisi dan merupakan perolehan dari setiap halaman iklan yang menjadi sampel penelitian ini maka dapat dilihat pada grafik dibawah ini. Setiap edisi terbitan telah ditotal nilai bobotnya sebanyak empat halaman iklan untuk masing-masing edisi terbitan. Hasilnya cukup bervariasi, namun penggunaan jenis huruf selalu didominasi oleh jenis huruf sans serif atau tidak menggunakan kait. Dalam dunia desain grafis, jenis huruf sans serif sangat familiar sebab jenis huruf ini dianggap tingkat keterbacaannya lebih tinggi dari jenis huruf lainnya.



Gambar 1. Grafik prosentase penggunaan jenis tipografi

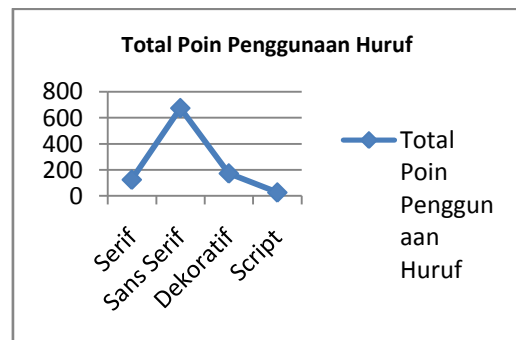
Melihat grafik prosentase secara total penggunaan jenis tipografi

sebanyak 10 edisi terbitan, tampak bahwa jenis huruf sans serif merupakan jenis huruf yang paling banyak dimanfaatkan sebagai media penyampai pesan dalam setiap halaman desain iklan komersial majalah Makasar Terkini. Edisi September, Mei dan Februari mencapai lebih dari 80% iklan menggunakan jenis huruf sans serif, dan setiap edisi terbitan selalu jenis huruf sans serif mendominasi dari jenis huruf lainnya. Secara umum, edisi yang menggunakan 4 variasi atau seluruh jenis tipografi adalah edisi Februari, Juni, dan Agustus. Sedangkan edisi yang menggunakan 3 jenis tipografi adalah edisi Maret, Mei, Juli, September, Oktober dan November. Sedangkan edisi yang hanya menggunakan dua jenis tipografi saja adalah edisi Desember. Terdapat 7 edisi yang menggunakan 3 jenis tipografi, sedangkan yang menggunakan 4 jenis tipografi hanya tiga edisi, paling rendah variasinya adalah Desember yang hanya menggunakan 2 Jenis Tipografi.

Penggunaan jenis sans serif tertinggi pada bulan Mei mencapai 87% sedangkan paling rendah pada edisi Juni hanya 45%, penggunaan paling rendahpun tampaknya belum bisa dicapai oleh penggunaan jenis dekoratif atau serif yang tertinggi dalam berbagai edisi. Total poin penggunaan sans serif adalah 674, merupakan yang tertinggi dari penggunaan jenis huruf manapun, bahkan bila seluruh poin jenis huruf lainnya dikumpulkan belum bisa menyaingi banyaknya poin pemanfaatan jenis sans serif. Penggunaan jenis tipografi sans serif selalu menempati posisi paling tinggi dengan peringkat yang konsisten setiap edisi, tidak ada satu edisipun yang tidak menggunakan jenis sans serif, dan tidak ada satu edisipun dimana jenis sans serif menempati urutan kedua, sans serif selalu menempati urutan pertama yang terbanyak digunakan. Jadi secara umum mulai tampak bahwa popularitas sans

serif sangat tinggi dalam membuat desain iklan majalah komersial di majalah. Untuk melihat prosentase total penggunaan jenis tipografi pada seluruh edisi, maka perlu untuk mengelompokkannya secara khusus sesuai jenis tipografinya agar lebih memudahkan dalam membahas dan menganalisisnya.

Penggunaan jenis tipografi serif pada 10 edisi terbitan sangat bervariasi, edisi Februari 8%, Maret 20%, Mei 7%, Juni 20%, Juli 14 %, Agustus 7%, September 12%, Oktober 30%, dan November 7%, sedangkan pada bulan Desember huruf serif tidak digunakan. Penggunaan terbanyak jenis serif adalah edisi Oktober yang mencapai 30% dan paling sedikit adalah 7% pada edisi Mei, Juli dan November. Total poin penggunaan jenis serif pada 10 edisi terbitan adalah 125, jumlah yang lebih tinggi dibanding hanya jenis script. Sebenarnya huruf-huruf serif memiliki keterbacaan tinggi dibanding dengan jenis dekoratif, namun demikian, untuk huruf dengan fungsi keterbacaan yang baik, klien dan desainer lebih memilih menggunakan jenis sans serif, dan untuk keindahan huruf klien dan desainer lebih memilih dekoratif, sementara serif menawarkan keterbacaan dan keindahan huruf.



Gambar 2. Grafik total poin penggunaan huruf

Jenis dekoratif menempati urutan kedua terbanyak digunakan, jenis huruf dekoratif juga digunakan pada 10

edisi terbitan, penggunaan terbanyak pada edisi November mencapai 40 %, sedangkan paling sedikit adalah edisi September hanya 3%. Total poin penggunaan jenis dekoratif adalah 173, lebih tinggi dari serif dan script, namun lebih rendah dari sans serif. Setiap edisi menggunakan jenis dekoratif, bisa jadi disebabkan karena jenis huruf ini lebih banyak menawarkan berbagai elemen dan estetika huruf yang lebih menarik dibandingkan dengan jenis huruf lainnya. Namun jenis huruf ini tidak mendominasi sebab para klien lebih menginginkan keterbacaan yang tinggi dibanding hanya sekedar keindahan huruf saja, pentingnya keindahan huruf belum bisa mengalahkan kekuatan keterbacaan sebagai fungsi utama huruf dalam iklan. Oleh sebab itu, pilihan sans serif jauh melampaui jenis huruf manapun.

III. Kesimpulan

Melihat grafik prosentase secara total penggunaan jenis tipografi sebanyak 10 edisi terbitan, tampak bahwa jenis huruf sans serif merupakan jenis huruf yang paling banyak dimanfaatkan sebagai media penyampai pesan dalam setiap halaman desain iklan komersial majalah Makassar Terkini. Edisi September, Mei dan Februari mencapai lebih dari 80% iklan menggunakan jenis huruf sans serif, dan setiap edisi terbitan selalu jenis huruf sans serif mendominasi dari jenis huruf lainnya. Penggunaan jenis sans serif tertinggi pada bulan Mei mencapai 87% sedangkan paling rendah pada edisi Juni hanya 45%, penggunaan paling rendahpun tampaknya belum bisa dicapai oleh penggunaan jenis dekoratif atau serif yang tertinggi dalam berbagai edisi. Total poin penggunaan sans serif adalah 674, merupakan yang tertinggi dari penggunaan jenis huruf manapun,

Jenis huruf Script paling jarang dimanfaatkan sebagai huruf penyampai pesan dalam iklan komersial di majalah Makassar Terkini. Terlihat hanya 4 edisi terbitan yang menggunakan jenis huruf script, yaitu edisi Februari, Mei, Juni dan Agustus. Penggunaan terbanyak pada bulan Juni dan terendah pada bulan Mei. Total poin hanya 27 poin, merupakan poin terendah penggunaannya. Beberapa penyebab jarang digunakan jenis huruf ini sebab huruf ini merupakan tulisan tangan secara manual, atau jenis huruf yang menyerupai tulisan tangan. Tampaknya para klien dan desainer lebih senang menggunakan huruf konvensional dan terkesan formal dibanding dengan menggunakan jenis huruf yang liar dan santai atau spontan seperti jenis script.

bahkan bila seluruh poin jenis huruf lainnya dikumpulkan belum bisa menyaingi banyaknya poin pemanfaatan jenis sans serif.

Dari tingginya poin/bobot dan prosentase penggunaan jenis huruf sans serif pada 10 edisi majalah Makassar Terkini tahun 2014, maka dapat disimpulkan bahwa karakteristik tipografi pada desain iklan komersial pada majalah Makassar Terkini tahun 2014 adalah sans serif atau huruf yang tidak menggunakan kait pada ujung hurufnya. Jenis tipografi ini memiliki tingkat keterbacaan dan fungsi kejelasan yang lebih baik dari jenis tipografi lainnya. Karakteristik tipografi sans serif yang sangat mendominasi majalah Makassar Terkini tahun 2014 merupakan gambaran bahwa baik klien ataupun desainer lebih senang dan cenderung menggunakan jenis huruf konvensional dan mudah dibaca

DAFTAR PUSTAKA

- Arntson, Amy E. *Graphic Design Basics*. Third Edition. Sixth Printing. Orlando, Florida: Harcourt Brace College Publishers, 1998.
- Ballinger, Raymond A. *Layout And Graphic Design*. New York: Van Nostrand Reinhold Company, 1970.
- Biegeleisen, J.I. *Art Directors' Book of Type Faces*. Second Edition. New York: Arco Publishing Company, 1970.
- Gluck, Felix. *World Graphic Design*. New York: Watson Guptill Publication, 1969.
- Kuwayama, Yasaburo. *Trade Marks and Symbols*. New York: Van Nostrand Reinhold Inc., 1973.
- Kusmiati, Artini. (et.al)., *Disain Komunikasi Visual*. Jakarta. Djambatan, 1999.
- Mukmin, Toto Mujio. “Pengenalan Dasar-Dasar Teori Corporate Identity: Diktat MK DKV II.” UNTAR, Jakarta, tt.
- Nelson, Roy Paul. *The Design of Advertising*. Sixth Edition. Iowa: Wm C. Brown Publishers, 1989.
- Onong Uchyana Effendy. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Cetakan kesepuluh. Bandung: Remaja Rosdakarya, 1997.
- Rand, Paul. *Thoughts on Design*. New York: Van Nostrand Reinhold Company, 1970.
- Rogers, Everett M. *Diffusion of Innovations*. Third edition. Tenth printing. New York: The Free Press, 1983.
- Tubbs, Stewart L., and Sylvia Moss. *Human Communication: Prinsip-Prinsip Dasar*. Buku Pertama. Cetakan Pertama. Terj. Deddy Mulyana. Bandung: Remaja Rosdakarya, 1996.